**茅台战略研究院**

**2023年度课题指南**

**茅台战略研究院**

**2023年6月**

说 明

一、2023年度茅台战略研究院课题申报和评审工作，坚持以习近平新时代中国特色社会主义思想为指导，深入贯彻落实党的二十大精神以及贵州省第十三次党代会精神，坚持正确的政治方向、价值取向和学术导向，坚持以重大理论和茅台发展现实问题为主攻方向，解放思想、实事求是、与时俱进、求真务实，为茅台集团和行业高质量发展服务。

二、《茅台战略研究院2023年度课题指南》（以下简称《课题指南》）围绕深入学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想，围绕贯彻落实党的二十大精神，聚焦茅台集团“五线发展道路”、茅台“美”时代等战略部署，聚焦茅台集团发展的现实问题和前沿问题，在相关领域拟定了一批重要选题，申请人可结合自己的学术专长和研究基础选择申报。

三、申报茅台战略研究院课题，要体现鲜明的时代特征、问题导向和创新意识，着力推出代表正确方向、体现高水平的研究成果。研究要紧密结合茅台集团的发展动态，立足茅台集团发展需要，聚焦茅台发展中的全局性、战略性和前瞻性的重大问题，力求具有现实性、针对性和较强的决策参考价值和实践应用价值。

四、申请人须具备下列条件：遵守中华人民共和国宪法和法律；在相关研究领域和专业方向具备一定的学术地位和优势；具有完成课题的人才条件和相关技术设备；具有与课题相关的研究经历和研究积累；具有完成课题所需的组织管理和协调能力；具有完成课题的良好信誉度。

五、课题申报须按照《茅台战略研究院课题申报书》（以下简称《申报书》）规范填写。《课题指南》中各课题均为方向性课题，申报可选择不同的研究角度、方法和侧重点，也可对课题的文字表述做出适当修改。课题名称的表述要科学严谨、简明规范，避免引起歧义或争议。

六、茅台战略研究院课题的经费额度上限为80万元。申请人根据实际需要编制科学合理的经费预算。课题实际经费以申请获批后签订的合同为准。

七、茅台战略研究院课题的完成时限为1年。

八、为确保申请人有足够的时间和精力从事课题研究，2023年度茅台战略研究院课题申报作如下限定：申请人同年度只能申报一个茅台战略研究院课题，且不能作为课题组成员参与其他茅台战略研究院课题的申请；课题组成员同年度最多参与两个茅台战略研究院课题申请；在研茅台战略研究院课题的课题组成员最多参与一个茅台战略研究院课题申请。

九、课题申报须按照《申报书》要求，如实填写材料，保证没有知识产权争议，没有违背科研诚信要求的行为。

十、申报课题由茅台战略研究院组织专家初评，初评采用匿名方式，课题论证部分字数不超过7000字。

十一、获准立项后，课题负责人在项目执行期间要遵守相关承诺，履行约定义务，按期完成研究任务，结项成果形式原则上须与预期成果一致；获准立项的《申报书》视为具有约束力的合作合同文本。最终成果实行匿名通讯鉴定。除特殊情况外，最终研究成果须由茅台战略研究院鉴定、发布，擅自发布者视为自行终止合作协议。

十二、课题申报材料从茅台集团官网下载。

十三、课题申报时间为2023年6月8日至2023年7月20日。7月20日前将纸质版《申报书》（单位审查盖章版本，一式3份）、电子版《申报书》报送至茅台战略研究院秘书处（邮寄地址：贵州省仁怀市鲁班大道茅台学院茅台战略研究院秘书处饶小红收，联系电话：15208642008，电子邮箱：raoxiaohong@mtxy.edu.cn），逾期不再受理申报。

一、茅台种业发展战略及实施路径研究

良种才能出好粮，好粮才能酿美酒。发展以高粱、小麦种业为主的农业科技产业，是茅台高质量发展的基础和储备战略资源、保障茅台酒品质源头的内在需要。茅台集团如何聚焦高粱和小麦开展种质创新、新品种选育、种业服务等工作，确保茅台酒永不变味？

二、茅台集团生物经济发展战略及实施路径研究

国家发展改革委《“十四五”生物经济发展规划》指出，发展生物经济是顺应全球生物技术加速演进趋势、实现高水平科技自立自强的重要方向，满足生命健康需求快速增长、满足人民对美好生活向往的重要内容。茅台集团作为对科技创新不懈追求的白酒行业龙头，如何利用茅台微生物研究取得的成果和当前世界前沿生物科技开展价值创造，打造高质量发展新动能？

三、茅台集团国际化战略及实施路径研究

随着经济全球化的发展，茅台集团坚持“市场化、法治化、全球化”的发展方向，如何坚定不移走“立足国内、拓展国际”的国际化战略，如何设置总部，如何打造价值型总部？战略资源如何去匹配？如何确定产品、价格、渠道策略？如何做好品牌文化传播？如何更好地引领中国白酒走向世界？

四、茅台集团三大主业战略协同力提升及实施路径研究

茅台集团“酒、酒文旅、综合金融”三大主业协同发展，战略协同力提升至关重要。聚焦三大主业，茅台集团如何加强战略统筹，促进产业协同，推动企业高质量发展、现代化建设？

五、茅台美学战略分解及实施路径研究

2022年，茅台集团在行业率先提出“美”时代命题，经过发展，茅台“美学”的内涵和意义得到不断深化和丰富，形成了茅台美学理论。茅台美学如何从战略到应用层面转化，从理论到实践，更好展现营销之美、生活之美、产品之美、服务之美？并与其他白酒企业“各美其美”，引领行业形成“美美与共”竞合生态，共同打造白酒“美时代”？

六、茅台集团品牌管理战略及实施路径研究

茅台作为中国民族工业品牌的代表之一，如何坚定不移走品牌兴业、品牌强国的道路？如何聚焦主品牌？如何做好品牌延伸？深入研究“茅台”品牌什么时候可以用，什么时候不能用？文旅、康养、金融等相关产业，品牌如何规划？

七、白酒产业互联网发展战略及实施路径研究

在数字转型的新时代，变则通、通则久。数字文明时代，茅台集团如何利用数字技术为企业赋能，捕捉或创造更多的增长机会？如何帮助集团获得更多的基于效率或敏捷性的竞争优势？如何更精准地满足市场需求，提升顾客在获得产品和使用产品过程中的价值感？如何联动其他白酒企业和产业链其他企业共同打造工业互联网？

八、人口结构变化下茅台集团可持续发展战略及实施路径研究

2022年中国人口首次出现负增长，老龄化、少子化、不婚化三大趋势加速到来，对消费市场形成巨大冲击。面对人口结构变化，茅台集团如何结合三大主业提前布局？除了现有的消费者外，产品和服务如何满足未来消费主力人群的需求，促进三大主业可持续健康发展？

九、新消费趋势下茅台集团发展战略及实施路径研究

新消费升级期，年轻群体的个性需求，消费场景的拓展丰富，品质文化的更高追求，都将驱动酒企加速转型升级。面对消费环境的改变，茅台集团如何把握高档商品发展规律？在坚守品质的同时，如何更好地丰富消费体验，满足群众的美好生活赋能，让消费者喝上优质、优价的酒，让消费者享受茅台文旅和综合金融服务？

十、茅台集团公益发展战略及实施路径研究

茅台集团作为国有控股上市企业，始终把履行社会责任作为不变的初心和使命，把创造美好生活、推进共同富裕作为最大的社会责任，为中国公益事业和经济社会发展贡献力量。茅台集团如何践行“大品牌大担当”责任文化？如何打造茅台公益品牌，提升传播力影响力？

十一、茅台集团低碳发展战略及实施路径研究

党的二十大报告明确指出，“推动战略性新兴产业融合集群发展，构建新一代信息技术、人工智能、生物技术、新能源、新材料、高端装备、绿色环保等一批新的增长引擎”。作为中国民族工业品牌的代表之一，茅台集团如何把握时代使命，深度融入国家战略，结合国家碳达峰碳中和方案，开展茅台低碳发展战略及实施路径研究，促进茅台高质量发展？